



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

Tesis de grado, previa la obtención del
Título de Ingeniero en Marketing.

TEMA:

“Plan de negocio para la creación de la producción de una microempresa productora de decoraciones para el hogar, cantón el Empalme, provincia del Guayas, año 2013”

AUTOR:

EGDO. Bolivar Salomon Perez Cevallos

DIRECTORA:

Ing. Mireya Patricia Flores Jaen. MSc.

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **BOLIVAR SALOMON PEREZ CEVALLOS**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

EGDO. BOLIVAR SALOMON PEREZ CEVALLOS

CERTIFICACIÓN

La suscrita, **Ing. Mireya Patricia Flores Jaen. MSc.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la **BOLIVAR SALOMON PEREZ CEVALLOS**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Marketing, titulado “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE LA PRODUCCION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE DECORACIONES PARA EL HOGAR, CANTÓN EL EMPALME, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2013**” Bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Mireya Patricia Flores Jaen. MSc.

DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

TEMA

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE LA PRODUCCION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE DECORACIONES PARA EL HOGAR, CANTÓN EL EMPALME, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2013”

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de
Ingeniero en Marketing

Aprobado por:

LIC. RAFAEL PINTO COTTO. M.SC.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

ING. JENNY MALDONADO CASTRO M.SC.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

ING. CARLOS GONZALEZ GUANÍN M.SC.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios, quien me ha permitido tener vida y así poder culminar con esta meta.

A mis padres por el enorme sacrificio que han hecho al hacer realidad este sueño ya que sin ellos no hubiera sido posible.

A mis hermanos y demás familiares que de alguna manera han sido fundamentales para mí.

A cada uno de los profesores por transmitirme sus conocimientos a lo largo de estos años.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento.

A mis padres Vicente y Elida quienes han velado por mí y con su ejemplo me han motivado a seguir adelante para lograr este objetivo en mi carrera profesional.

ÍNDICE

PORTADA.....	I
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	II
CERTIFICACIÓN	III
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE.....	VII
ÍNDICE DE CUADROS	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
SUMMARY.....	XIV
DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN).....	XV
CAPÍTULO I.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. INTRODUCCION.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.2.1. Pronósticos.....	4
1.2.2. Control del pronóstico.....	4
1.2.3. Formulación del problema.....	4
1.2.4. Sistematización del problema.....	5
1.3. Justificación	6
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1. General.....	7
1.4.2. Específicos	7
1.5. Hipótesis.....	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	9
2.1. FUNDAMENTACION TEORICA.....	10

2.1.1. Investigación de Mercado.....	10
2.1.2. Estudio Técnico.....	11
2.1.3. Estudio Financiero.....	12
2.1.4. Evaluación Financiera	15
2.2. FUNDAMENTACION CONCEPTUAL	16
2.2.1. Estudio de Mercado	16
2.2.2. Estudio técnico.....	19
2.2.3. Estudio financiero	21
2.2.4. Evaluación financiera	26
2.3. FUNDAMENTACION LEGAL	28
2.3.1. Superintendencia de compañía.....	28
CAPITULO III	37
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	37
3.1. Localización.....	38
3.2. Métodos de la Investigación	38
3.3. Tipos de Investigación.....	38
3.4. Técnicas e Instrumentos de la Investigación	38
3.5. Fuentes de Información	39
3.6. Población.....	39
3.7. Muestra	39
CAPÍTULO IV.....	41
RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	41
4.1. RESULTADOS	42
4.1.1. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón El Empalme sobre una empresa de elementos decorativos para el hogar.	42
4.1.2. Estudio técnico.....	52
4.1.3. ESTUDIO FINANCIERO	56
CAPÍTULO V.....	65
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
5.1. CONCLUSIONES.....	66

5.2. RECOMENDACIONES	67
CAPÍTULO VI.....	68
BIBLIOGRAFÍA.....	68
5.3. Bibliografía.....	69
CAPÍTULO VII.....	70
ANEXOS	70

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Sexo: femenino – masculino	42
Cuadro 2. Edad.....	43
Cuadro 3. Ocupación	44
Cuadro 4. Nivel socio económico.....	45
Cuadro 5. ¿Compra usted artículos de decoración para su hogar?.....	46
Cuadro 6. ¿En dónde compra estos artículos?	47
Cuadro 7. Cuanto pagaría por adquirir este producto	48
Cuadro 8. En qué lugar lo usaría	49
Cuadro 9. ¿Le haría alguna modificación a este producto?.....	50
Cuadro 10. Le agradecería que exista en El Empalme una empresa que elabore estos productos.....	51
Cuadro 11. Indicando el Tamaño Óptimo.	52
Cuadro 12. Indicando la disponibilidad de los recursos financiero para el proyecto por parte de la propietaria.	53
Cuadro 13. Indicando mano de obra especializada para el proyecto.	53
Cuadro 14. Maquinaria y equipo de la microempresa DOCO-HOGAR.....	54
Cuadro 15. Equipos de computación para DOCO-HOGAR.....	55
Cuadro 16. Equipos de oficina para la microempresa DOCO-HOGAR.....	55
Cuadro 17. Muebles y enseres de la microempresa DOCO-HOGAR.....	55
Cuadro 18. Destalles de Activos	56
Cuadro 19. Depreciación	57
Cuadro 20. Calculo del Capital de Trabajo	57
Cuadro 21. Inversión del proyecto	58
Cuadro 22. Financiamiento del proyecto.....	58
Cuadro 23. Tasa de interés bancario	58
Cuadro 24. Cuotas mensuales por préstamo bancario	58
Cuadro 25. Gastos administrativos	59
Cuadro 26. Gastos de ventas	59
Cuadro 27. Gastos de ventas	60
Cuadro 28. Costos de ventas.....	61

Cuadro 29. Ingresos de ventas	62
Cuadro 30. Flujo de Caja Proyectado	63
Cuadro 31. Evaluación financiera	64
Cuadro 32. Tasa de descuento	64
Cuadro 33. Van, Costo Beneficio y Tir	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Sexo	42
Gráfico 2. Edad	43
Gráfico 3. Ocupación	44
Gráfico 4. Nivel socio económico	45
Gráfico 5. Adquiere artículos de decoración para su hogar	46
Gráfico 6. ¿En dónde compra estos artículos?	47
Gráfico 7. Cuánto pagaría por adquirir este producto	48
Gráfico 8. En qué lugar lo usaría	49
Gráfico 9. ¿Le haría alguna modificación a este producto?	50
Gráfico 10. Le agradaría que exista en El Empalme una empresa que elabore estos productos.....	51

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio sobre un Plan de Negocio para emprender en la elaboración de elementos decorativos para el hogar en el cantón El Empalme, es una propuesta dedicada a la actividad artesanal, y el proyecto se lo ha planteado de acuerdo a las necesidades del mercado.

En la investigación primeramente se realizó un diagnóstico de la situación actual, formulación de objetivos, planteamiento de las hipótesis, luego se desarrolló el marco teórico, conceptual y legal de la investigación, formulando conceptos teóricos que sirvieron para el proceso de elaboración de la tesis. En el desarrollo de la tesis el estudio de mercado determinó que existe una demanda insatisfecha con relación a la oferta existente.

El estudio técnico analizó el tamaño, localización, infraestructura que se requiere para la realización de las actividades de la empresa, como también para el proceso productivo de la planta. La inversión financiera que necesita el proyecto se detalla en los estados financieros, estado de resultados, balance general y flujo de efectivo que sirve de base para la evaluación financiera y que sirvió para determinar el valor actual neto, la tasa interna de retorno y la relación beneficio. Estos aspectos fueron relevantes para la realización del proyecto que termina con las conclusiones y recomendaciones que permiten presentar un proyecto sustentable a través del tiempo o la vida útil establecida.

SUMMARY

This study on a business plan to undertake in the development of home décor in Canton El Empalme elements is a proposal dedicated to the craft, and the project has raised according to market needs.

The investigation primarily a diagnosis of the current situation, formulation of objectives, approach the hypotheses was performed, then the theoretical, conceptual and legal framework for the research was developed by formulating theoretical concepts that were used for the process of elaboration of the thesis. In developing the thesis market research determined that there is an unmet demand relative to existing supply.

The technical study analyzed the size, location, infrastructure required to carry out the activities of the company, as well as to the process production of the plant, the financial investment required by the project is detailed in the financial statements, income statement, balance sheet and cash flow is the basis for the financial evaluation and served to determine the net present value, internal rate return and the benefit These issues were relevant to the project that ends with the conclusions and recommendations can be presented in a sustainable project over time or the rated life

DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN)

1	Titulo/Title	M	PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE LA PRODUCCION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE DECORACIONES PARA EL HOGAR, CANTÓN EL EMPALME, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2013
2	Creador/Creator	M	Universidad Técnica Estatal de Quevedo: Bolívar Salomón Pérez Cevallos
3	Materia/Subject	M	Facultad de Ciencias Empresariales; Carrera en Ingeniería en Marketing
4	Descripción /Decription	M	El trabajo de investigación se realizó en el cantón El Empalme, y se tomó como referencia a los hogares y más promedio corresponde a 14.890 habitantes para el periodo 2014. Para el logro del objetivo principal se realizó un estudio de mercado, estudio técnico y un estudio económico financiero a fin de obtener toda la información requerida y se realizó análisis que verificó la viabilidad del proyecto.

5	Editor/Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales Carrera de Ingeniería en Marketing
6	Colaborador/Contributor	O	Ing. Mireya Patricia Flores Jaen. MSc
7	Fecha/Date	M	
8	Tipo/ Type	M	
9	Formato/ Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012
10	Identificador /Identifier	M	http://biblioteca.uteq.educ.ec
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de investigación

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCION.

El proyecto se realiza con la finalidad de crear una empresa productora de elementos decorativos para el hogar, conociendo que estos productos forman parte importante de la sociedad.

Se realizó una investigación de mercado con el fin de conocer opiniones, gustos y otros datos referentes al objetivo del proyecto, mediante encuestas que permitirán analizar las preferencias sobre los elementos decorativos y se espera que este estudio proporcione los suficientes para la elaboración de este proyecto.

Capítulo I.- Se realizó la introducción, la problematización y a través de esta se formuló el problema de investigación, se formuló los objetivos y se plantearon la hipótesis.

Capítulo II.- Se describió la fundamentación teórica, conceptual y legal, partiendo desde las variables de la investigación y poniendo énfasis en la teoría más relevante de acuerdo al objetivo de la tesis.

Capítulo III.- Se identificó qué métodos y técnicas se utilizaron para la realización del plan de negocio y el número de familias donde se aplicó la encuesta.

Capítulo IV.- Se investigó el mercado para determinar la demanda, ofertas, precios y la forma de comercializar los productos. Además se realizó un estudio técnico operativo para determinar la localización óptima de la planta, el tamaño de la misma, equipo y maquinarias necesarias para el proceso productivo, así como los insumos y materias primas entre otros y el estudio económico financiero para determinar la factibilidad y viabilidad de la inversión.

Capítulo V. Se desarrollan las conclusiones y las debidas recomendaciones.

Capítulo VI.- Se detalla la bibliografía consultada sobre las variables del proyecto

Capitulo VII Los anexos relacionados con la investigación.

1.2. Planteamiento del problema

En el país frecuentemente las personas tienden a arreglar su hogar con elementos decorativos, además la exportación de estos productos genera una importante fuente de ingresos de divisas.

En la provincia no es la excepción, es conocida la gran demanda que existe por adquirir estos productos, lo que permite el emprendimiento de muchos artesanos expertos en la elaboración de estos elementos.

El plan de Negocio para la elaboración y comercialización de elementos decorativos para el hogar, está dirigido a las familias del cantón El Empalme de la provincia del Guayas y orientado a la producción de sábanas, cojines, edredones, cubrecamas juegos de baño, A las familias en su mayoría les gusta arreglar su hogar, por lo que se espera que exista una demanda insatisfecha sobre estos productos.

Es conocido que los productos elaborados artesanalmente son fuente de riqueza y bienestar para la sociedad, sin embargo son poca las empresas que en el cantón El Empalme se dedica a realizar estas actividades, por lo tanto la originalidad y belleza en técnicas artesanales de este proyecto, no sólo le brindará al consumidor satisfacción por tener un producto innovador para la decoración del hogar, sino también oportunidad de empleo o medios a madres solteras quienes serán las encargadas de aportar la mano de obra para la elaboración del producto final. Se elabora productos para satisfacer gustos como: decorar el dormitorio con diversos artículos, cubre sanitarios, portapapeles.

A nivel local se conoce que la población en su mayoría se dedica al arreglo del hogar, motivo por el cual si es procedente la elaboración de elementos decorativos para el mismo, por lo que se requiere mano de obra, para que se ocupen a madres solteras y a su vez brindarle una oportunidad de trabajo, esto hará que la empresa se comprometa a una capacitación constante de las mismas, mediante nuevos diseños.

a) Causas

Insuficientes centros artesanales

Créditos limitados

Baja producción artesanal

Políticas inadecuadas

b) Efectos

Bajo nivel del servicio de producción

Insuficiente capital de trabajo

Bajos ingresos económicos

Escasos apoyo gubernamental

1.2.1. Pronósticos

De continuar el escaso apoyo gubernamental seguirán los problemas en el sector artesanal.

1.2.2. Control del pronóstico

Brindar una buena atención, beneficiará la imagen y el desarrollo de las microempresas artesanales.

1.2.3. Formulación del problema

Partiendo del diagnóstico donde se analizaron las causas, efecto, se determinó el pronóstico y el control del pronóstico; se elaboró la formulación del problema, la misma que consiste en una gran pregunta de investigación relacionada con el tema.

¿Cómo influye un Plan de Negocios en la creación de una microempresa para elaborar productos decorativos orientado a los hogares del Cantón el Empalme.

1.2.4. Sistematización del problema

La finalidad de la sistematización a través de las subpreguntas es ayudar a resolver la formulación del problema.

¿Cómo el estudio de mercado determinará la demanda potencial insatisfecha sobre elementos decorativos para el hogar en el cantón El Empalme?

¿De qué manera los resultados del estudio técnico permitirán el funcionamiento y operatividad de la planta?

¿A través de qué mecanismo se podrá realizar el estudio económico de la inversión?

¿Cómo evaluar la rentabilidad del proyecto?

1.3. Justificación

La realización de esta investigación servirá para el montaje de una empresa para elaborar elementos decorativos para el hogar dando la oportunidad de cubrir una necesidad insatisfecha en las familias; además se ocupa mano de obra capacitando a madres solteras que nunca han sido considerada en beneficio de las empresas, dándole la oportunidad de tener un empleo y ser capacitadas y que en algún momento ellas puedan emprender en su negocio propio.

Con los resultados del estudio se presenta la oportunidad de una nueva forma de emprendimiento para pequeños inversionistas que tengan interés en la elaboración de elementos decorativos para el hogar.

Con el presente plan de negocio se pretende emprender en la producción y venta de accesorios artesanales decorativos para el hogar, los cuales se caracterizarán por su originalidad, con un alto nivel de calidad, detalles que lo convertirán en artículos de manufactura nacional con una apariencia innovadora que contribuirán a mejorar la imagen de la artesanía ecuatoriana.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Realizar un Plan de Negocio para elaborar elementos decorativos para el hogar en el Cantón El Empalme, Provincia del Guayas.

1.4.2. Específicos

- Identificar a través de un estudio de mercado la demanda insatisfecha
- Efectuar un estudio técnico sobre el proceso de producción de la planta.
- Realizar un estudio económico que determine los costos, gastos e ingresos de la inversión.
- Elaborar la evaluación financiera que indique la rentabilidad económica de la inversión.

1.5. Hipótesis

General

El Plan de Negocios permitirá establecer una empresa para elaborar elementos decorativos para el hogar en el cantón El Empalme, provincia del Guayas.

Específicas

- El estudio de mercado es un indicador que permite identificar los precios, la oferta, y la demanda insatisfecha.
- El análisis técnico aprobará establecer los indicadores para el diseño del proceso de operación de la empresa.
- El estudio económico permitirá establecer los ingresos y costos del proyecto.
- La evaluación financiera indicará la rentabilidad de la inversión.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. FUNDAMENTACION TEORICA

2.1.1. Investigación de Mercado

Finalmente, existe otra herramienta en el estudio de mercados conocida como la investigación de mercados, que consiste en la recolección organizada de información sobre algún aspecto de un mercado que nos permite tomar decisiones acertadas. (Prieto, 2012, pág. 94)

2.1.1.1. Definición del Producto

Es el bien a comercialización, por tanto, teniendo en cuenta el fenómeno de la globalización que se vive en la actualidad, se debe desarrollar productos con altos niveles de innovación y calidad.

Para la satisfacción de necesidades del cliente, es importante tener presente las características, usos, atributos, ventajas y beneficios que prestaran los productos y/o servicios a comprar. (Flórez, 2012, pág. 98)

2.1.1.2. Demanda

Los proyectos generados de ingresos monetarios, tal como la habíamos anotado, suponen la estimación de cantidades que pueden ser vendidas a ciertos niveles de precios. Además, aparecen una serie de factores que condicionan y determinan los gustos y preferencias de los consumidores, lo mismo que su poder adquisitivo o capacidad de compra. (Miranda, 2012, pág. 112)

2.1.1.3. Oferta

La oferta muestra el comportamiento de los productores. Si los precios son muy bajos, los ingresos percibidos no alcanzarán a cubrir los costos de producción, los gastos operacionales y podrían llegarse a un nivel de pérdida en el

proyecto, por tanto los productores no estarían en condiciones de producir nada; pero, si por el contrario los precios van en aumento, los productores empezaron a producir. (Flórez, 2012, pág. 129)

2.1.1.4. Precio y Costos

Se debe constatar los costos y los precios actuales a diferentes niveles de comercialización (mayorista, minorista, consumidores finales), con el fin de estimar en principio los márgenes de comercialización y de utilidades; lo mismo que los precios de los bienes competitivos o sustitutos. (Miranda, 2012, pág. 111)

2.1.1.5. Canales de Comercialización

El canal de distribución mediante el cual los productos o servicios llegan al consumidor puede seguir la cadena entre fabricante o proveedor de servicio-distribución-vendedor-cliente, o muchas veces directamente entre fabricante o proveedor de servicios-vendedor-cliente. Esta cadena de distribución se tiene que cuidar, ya que de ella depende que los productos o servicios lleguen a tiempo y en buen estado al consumidor final, y por lo tanto afecta al valor que el cliente percibe. (Marin, 2012, pág. 22)

2.1.2. Estudio Técnico

El estudio técnico se diseña la forma óptima de producir el bien o servicio, utilizando los recursos que se disponga. Para iniciar el estudio, se debe tener claro los siguiente cuestionamientos: donde, cuanto, cuando, como y con que se va a producir, los cuales permitirán definir el tamaño, la localización y los equipos e instalaciones optimas a utilizar, permitiendo sugerir l la organización requerida para el proyecto. (Flórez, 2012, pág. 179)

2.1.2.1. Localización del proyecto

Dentro de los factores que inciden en la solución óptima quizás el más importante es relacionado con la localización debido a la influencia de esta en la producción y distribución tanto de materia prima como de los productos y servicios ofrecidos por el proyecto. (Prieto, 2012, pág. 103)

2.1.2.2. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se puede dar en número de unidades producidas, valor total de la producción, número de personas ocupada en su vida útil, valor de los activos totales, monto de la inversión, cantidad de maquinaria utilizada, número de personas beneficiadas, etc. (Prieto, 2012, pág. 101).

2.1.2.3. Ingeniería del proyecto

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio. La tecnología ofrece diferentes alternativas de utilización y combinación de factores productivos, que suponen también efectos sobre las inversiones, los costos e ingresos determinando efectos significativos en el proyecto. (Miranda, 2012, pág. 167)

2.1.3. Estudio Financiero

Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizar en este orden.

Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico

y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto. Con esta información se realiza a través de indicadores de rentabilidad, la evaluación financiera del proyecto. (Meza, 2010, pág. 29)

2.1.3.1. Inversión

Es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realiza en un periodo de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio. (Meza, 2010, pág. 20)

2.1.3.1.1. Inversión Fija

Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinarias y equipos, mobiliarios, vehículos, herramientas, etc. (Cordoba, 2013, pág. 191).

2.1.3.1.2. Inversión Diferida

Las inversiones diferidas se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesario para la puesta en marcha dl proyecto; tales como: los estudios técnicos, económicos y jurídicos; los gastos de organización; los gastos de montaje, ensayos y puesta en marcha; el pago por el uso de marcas y patentes; los gastos por capacitación y entrenamientos de personal. (Miranda, 2012, pág. 210)

2.1.3.2. Costos Variables

Son valores reembolsables puesto que si estos son destinados a la compra de materia prima, pago de mano de obra y otros desembolsos que constituyen el

producto terminado, su valor es recuperado al momento de la venta, así por ejemplo: costo de ventas, costo de producción, etc. (Garcia, 2011, pág. 109)

2.1.3.3. Costos Fijos

Agrupar todos los costos en los que incurre la empresa independientemente del nivel de producción, como por ejemplo, el sueldo fijo del gerente, arrendamiento del local, los pagos de servicios como: agua, luz, teléfono, etc. (Garcia, 2011, pág. 92)

2.1.3.4. Estado de Resultado

Indica los ingresos y los gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un periodo de tiempo determinado, por lo general un año. Es acumulativo; es decir, resume las operaciones de una compañía desde el primero hasta el último día del periodo comprendido. (Van Den, 2012, pág. 290)

2.1.3.5. Balance General

Representa la situación de los activos y pasivos de la empresa, y el estado de su patrimonio.

El balance general se divide en:

Activo: Representa los bienes y derechos de la empresa. Dentro de los bienes se encuentra el efectivo, los inventarios, los activos fijos, etc. A los derechos pertenecen las cuentas por cobrar, las inversiones en papeles del mercado, etc.

Pasivo: Señala las obligaciones bancarias, las obligaciones con proveedores, las cuentas por pagar, etc.

Patrimonio: Muestra la situación de la empresa en un momento dado, respecto al valor de la empresa que es de los accionista. (Van Den, 2012, pág. 290)

2.1.4. Evaluación Financiera

Mide el beneficio en dinero que el proyecto produce, maximizando las ganancias y se basa en el análisis del aspecto financiero para calcular la rentabilidad de las inversiones y que ingresos y egresos tendrá el proyecto en su fase de ejecución. (Prieto, 2012, pág. 203)

2.1.4.1. Valor Actual Neto (VAN)

El cálculo del valor actual neto suele ser muy sencillo pues se trata de aplicar una formula aritmética, la parte que resulta menos fácil desde luego es la selección de la tasa a utilizar, que no es otra que la tasa de oportunidad. (Miranda, 2012, pág. 268)

2.1.4.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Representa la tasa de interés que debe utilizarse para descontar los flujos de efectivo para calcular el valor presente neto y que este sea cero. (Morales, 2009, pág. 264)

2.1.4.3. Relación Costo Beneficio

El costo-beneficio de una inversión señala la cantidad de recursos que se pierden o se ganan con respecto al monto de la inversión. El cálculo del costo-beneficio de la inversión se efectúa al dividir los flujos de efectivo descontados entre la inversión neta, a la cual se le resta el número uno y se multiplica por 100 (Morales, 2009, pág. 265)

2.1.4.4. Tiempo de Recuperación de la Inversión

El período de recuperación de la Inversión, PRI, es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado. (Sapag, 2007, pág. 255)

2.2. FUNDAMENTACION CONCEPTUAL

2.2.1. Estudio de Mercado

El estudio de mercado, en cualquier tipo de proyecto, constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios, aunque es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricara o del servicio que se ofrecerá. (Sapag, 2007, pág. 54)

En los proyecto de inversión, el estudio de mercado tiene como principal objetivo determinar si el producto y/o servicio que se pretende fabricar o vender será aceptado en el mercado, y si los posibles consumidores están dispuestos a adquirirlo. (Morales, 2009, pág. 41)

Analizando criterio de los autores, considero que el estudio de mercado permite identificar la oferta, demanda, precios, y los canales de comercialización sobre la empresa productora y comercializadora de elementos decorativos para el hogar.

2.2.1.1. Producto

Unas de las definiciones más claras sobre producto es aquella que indica que es un bien (tangible) o servicio (intangible) que cubre alguna necesidad

específica de un grupo de consumidores. Y el mayor o menor grado de acercamiento y/o superación a las expectativas de los consumidores, es que se ampliaran o reducirán las utilidades de las empresa. (Garcia, 2011, pág. 54)

Los productos pueden clasificarse desde diferentes puntos de vista. A continuación se da una serie de calificaciones, todas ellas arbitrarias. Como éstas, pueden existir otras calificaciones, cuyo objetivo es tipificar un producto bajo cierto criterio. (Baca, 2010, pág. 15)

De acuerdo al criterio de los dos autores, se considera que un producto es un objeto que se puede ofrecer a un mercado con la intención de satisfacer un deseo o una necesidad.

2.2.1.2. Demanda

Los proyectos generadores de ingresos monetarios, tal como la habíamos anotado, suponen la estimación de cantidades que pueden ser vendidas a ciertos niveles de precios. Además, aparecen una serie de factores que condicionan y determinan los gustos y preferencias de los consumidores, lo mismo que su poder adquisitivo o capacidad de compra. (Miranda, 2012, pág. 112)

La demanda es el elemento más importante y más complejo del mercado, integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo. (Cordoba, 2013, pág. 63)

Según el criterio de los dos autores, he analizado que la demanda se determina a través de una investigación de campo por medio de fuentes de información primaria y secundaria.

2.2.1.3. Oferta

La oferta muestra el comportamiento de los productores. Si los precios son muy bajos, los ingresos percibidos no alcanzarán a cubrir los costos de producción, los gastos operacionales y podría llegarse a un nivel de pérdida en el proyecto, por tanto los productores no estarían en condiciones de producir nada; pero, si por el contrario los precios van en aumento, los productores empezarán a producir. (Flórez, 2012, pág. 129)

La oferta es la cantidad de productores que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades. (Morales, 2009, pág. 69)

De acuerdo al criterio de los dos autores, considero que la oferta es una propuesta que se realiza con la promesa de vender bienes o servicios al consumidor.

2.2.1.4. Precio

El estudio de precio tiene que ver con las distintas modalidades que toma el pago de los bienes o servicio, sea a través de precios, tarifas o subsidios. El precio suele aparecer con algunas restricciones, como resultante del juego entre la oferta y la demanda; de ahí la importancia de medir la conducta de estas ante alteraciones en el comportamiento del nivel de precios. (Miranda, 2012, pág. 131)

Los precios de los productos que se pretenden fabricar o de los servicios que se ofrecerán influyen en los ingresos que se obtendrán por la venta de ellos durante el funcionamiento del proyecto de inversión. (Morales, 2009, pág. 72)

Conforme a la investigación de los dos autores, mi análisis es que el precio es la cantidad que se determina de acuerdo a los costos de producción, y de todos

los costos en que incurre la elaboración de elementos decorativos para el hogar.

2.2.1.5. Canales de Distribución

Los canales de distribución están constituidos por organizaciones independientes que participan en el proceso de colocar un producto o servicio para su uso o consumo.

Los intermediarios logran una mayor eficiencia en la tarea de colocar los bienes al alcance de los consumidores a través de sus contactos, experiencia, especialización y escala de operación. (Morales, 2009, pág. 75)

Comparando el criterio del autor, mi análisis es que los canales de distribución a través del estudio de mercado permiten identificar la forma más conveniente para la comercialización del producto.

2.2.2. Estudio técnico

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: cuanto, donde, como y con que producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio. (Cordoba, 2013, pág. 106)

El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca, 2010, pág. 7)

Mediante las observaciones de los autores, considero que el estudio técnico permite cuantificar el monto de las inversiones para llevar adelante el proceso

de operación y producción en que incurrirá la planta para elaborar elementos decorativos para el hogar.

2.2.2.1. Tamaño

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, etc. (Sapag, 2007, pág. 106)

El tamaño del proyecto se puede dar en número de unidades producidas, valor total de la producción, número de personas ocupadas en su vida útil, valor de los activos totales, monto de la inversión, cantidad de maquinaria utilizada, número de personas beneficiadas, etc. (Prieto, 2012, pág. 101)

Mediante estos análisis he llegado a la conclusión que el tamaño se determina en base a las unidades producidas y vendidas.

2.2.2.2. Localización

La mejor localización es la que permite obtener la tasas de rentabilidad más alta (criterio privado) o el costo unitario mínimo (criterio social). La ubicación de una planta productora de bienes o servicios está controlada por diversos factores y condiciones, los cuales deben ser evaluados técnica y económicamente para asegurar que la elección de entre varias alternativas es la más conveniente al proyecto. (Prieto, 2012, pág. 103)

En este sentido, es importante determinar la ubicación más ventajosa de la planta de producción o de generación de servicios que se pretenden en el proyecto de inversión. Se denomina ubicación “ventajosa” porque contribuye a

satisfacer los requerimientos del mercado y de los insumos, situación que se refleja en un margen atractivo de utilidad tanto para los resultados de la inversión como para la operación del proyecto de inversión. (Morales, 2009, pág. 88)

Conforme a lo citado de los autores mi opinión de localización, es un lugar donde existen los servicios básicos necesarios y cercanía de la materia prima, mano de obra.

2.2.2.3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. (Cordoba, 2013, pág. 12)

En esta sección del estudio técnico, la ingeniería se ocupa de resolver todo lo concerniente a las instalaciones y funcionamiento de la planta, cuando esta se requiere; sin embargo, también se aplica a las instalaciones necesarias para la generación de servicios que produce el proyecto de inversión. (Morales, 2009, pág. 97)

He considerado que la ingeniería del proyecto permite identificar las maquinarias, los equipos y los recursos disponibles para la implementación de la planta.

2.2.3. Estudio financiero

Mediante esta herramienta se cuantifican las necesidades financieras y los recursos que requiere el proyecto de inversión para funcionar de manera adecuada, los cuales se muestran por medio de los activos que se registran contablemente. (Morales, 2009, pág. 34)

En el estudio financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para, los diversos ítems señalados, su forma de financiación(a porte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto. (Cordoba, 2013, pág. 186)

2.2.3.1. Inversión

En esta parte de la formulación se deben considerar las cuentas y documentos que determinan el horizonte del proyecto y que permiten definir los orígenes (fuentes) y las aplicaciones (usos), como el balance proyectado con sus respectivos índices, (Prieto, 2012, pág. 124)

Es preciso realizar la búsqueda de recursos financiero para adquirir los activos necesarios para implementar el proyecto de inversión. Es común designar como inversión al proceso cuyo objetivo es reunir y poner en acción todos los elementos para que el proyecto de inversión comience a generar los productos o servicios planteados en el nivel de proyecto. Entre las principales actividades se encuentra la obtención del financiamiento respectivo. (Morales, 2009, págs. 36,37)

He concluido que la inversión nos permite determinar la cuantía de todos los recursos económicos para la operación del proyecto.

2.2.3.2. Costo de producción

Los costos de producción representan todas las erogaciones realizadas desde la adquisición de la materia prima hasta su transformación en artículos finales para el consumo.

También incluyen a los servicios que se venden a los consumidores, como es el caso de energía eléctrica, servicio de televisión, servicio de telefonía, etc. Los costos de producción se dividen en gastos directos y gastos indirectos. (Morales, 2009, pág. 167)

Durante el periodo de operación se pueden identificar cuatro clases de costos: primer lugar los costos ligados más directamente a la producción del bien o a la prestación del servicio, son los costos de fabricación; en segundo lugar los costos de administración propios de la organización de la empresa; por lo otro lado los costos causados por efecto del impulso de las ventas; y finalmente los costos financieros generales por el uso del capital ajeno. (Miranda, 2012, pág. 217)

De acuerdo al criterio de los dos autores, considero que costo de producción son los costos concernientes a mano de obra directa e indirecta, materiales directos e indirectos, materias primas entre otros.

2.2.3.3. Costo de administración

Son, como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no solo significa los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de oficina. (Baca, 2010, pág. 142)

Analizando el criterio de los dos autores, he definido que el costo de administración implica determinar a todo el personal que estará involucrado en la administración de la empresa..

2.2.3.4. Costo de venta

Valor de adquisición o producción de los bienes vendidos por el ente económico. En empresas comerciales está constituido por el precio de adquisición de mercancías no fabricadas por la empresa, mientras que en organizaciones industriales por el costo de producción. (Flórez, 2012, pág. 277)

En ocasiones el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En este sentido vender no significa solo hacer llegar el

producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia. (Baca, 2010, pág. 142)

Según el criterio de los dos autores, considero que el costo de venta es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

2.2.3.5. Depreciación y Amortización

Muchas empresas deben comprar bienes de capital como fábricas o maquinarias que usaran por una determinada cantidad de años. El principio de matching requiere que estos costos se igualen con los ingresos para los que las empresas han aportado. (Graham, 2008, págs. 174,175)

Considerando el criterio de los dos autores, concluyo que la depreciación es una disminución del valor del precio de algo. A medida que pasa el tiempo.

2.2.3.6. Capital de trabajo

El capital de trabajo indica, cuantos dólares dispone la empresa para cubrir sus obligaciones de corto plazo. Si esta cifra crece a lo largo del tiempo, puede indicar una de dos cosas: la existencia de un exceso de liquidez, lo cual implica que se está usando más eficientemente el capital de trabajo y esto va en beneficio de la rentabilidad. (Flórez, 2012, pág. 279)

Por capital de trabajo entenderemos que son los recursos, diferentes a la inversión fija y diferida, que un proyecto requiere para realizar sus operaciones sin contratiempo alguno. Dichos recursos están representados por el efectivo, las cuentas por cobrar y el inventario. (Meza, 2010, pág. 121)

Considero que capital de trabajo son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, antes de que se realice la primera venta.

2.2.3.7. Estado de resultado

Indica los ingresos y los gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un periodo de tiempo determinado, por lo general un año. Es acumulativo; es decir, resume las operaciones de una compañía desde el primero hasta el último día del periodo comprendido. (Van Den, 2012, pág. 290)

Este es un estado financiero dinámico, ya que la información que proporciona corresponde a un periodo determinado (por lo general un año). De los ingresos se deducen los costos y los gastos, con lo cual, finalmente se obtiene las utilidades o pérdidas, así como el monto de los impuestos y repartos sobre utilidades. (Morales, 2009, pág. 164)

Analizando el criterio de los dos autores, he concluido que el estado de resultado nos permite determinar los ingresos y egresos del proyecto para concluir sobre el superávit o déficit de la inversión.

2.2.3.8. Flujo de caja del proyecto

El flujo de caja del proyecto incluye los ingresos y egresos cuando se presenta la entrada y salida de efectivo, no obstante que se excluyen algunos desembolsos, tales como los intereses, amortización de préstamo y se incluyen, para efectos tributarios, egresos que no constituyen desembolsos de efectivo como la depreciación y amortización. Además, incluye el valor de rescate del proyecto, que pasa a ser un ingreso determinante en la evaluación financiera del proyecto. (Meza, 2010, págs. 249,250)

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes de los estudios de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. (Sapag, 2007, pág. 291)

Según el criterio de los dos autores, considero que el flujo de caja permite determinar la capacidad de la empresa para hacer frente a las obligaciones de la empresa, a través del superávit o el déficit en la inversión.

2.2.4. Evaluación financiera

Mide el beneficio en dinero que el proyecto produce, maximizando las Ganancias se basa en el análisis del aspecto financiero para calcular la rentabilidad de las inversiones y que ingresos y egresos tendrá el proyecto en su fase de ejecución. (Prieto, 2012, pág. 203)

El estudio de evaluación económica-financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable (escalona, 2010)

Según el criterio de los dos autores, perfecciono que el estudio financiero consiste en identificar, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, es decir, la inversión, ingresos y costos que puedan deducirse para elaborar los cuadros analíticos con el fin de evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad a través de los indicadores establecidos.

2.2.4.1. Flujo de Fondo

El primer paso es identificar plenamente los ingresos y egresos en el momento en que ocurren .El flujo neto de caja, es un esquema que presenta en forma orgánica y sistemática cada una de las organizaciones e ingresos en efectivos registrados periodo por periodo durante el horizonte previsto del proyecto. (Miranda, 2012, pág. 254)

Analizando el criterio del autor, determino que a través del flujo de fondos netos se parte para aplicar los índices financieros VAN – TIR- RBC .y poder determinar la viabilidad de la inversión.

2.2.4.2. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la cantidad de ingresos que igualan a la totalidad de costos y gastos en que incurre normalmente una empresa. En el caso de los proyectos de inversión es la cantidad de ingresos provenientes de la venta de los productos y/o servicios. (Morales, 2009, págs. 203,204)

El punto de equilibrio es el nivel de ventas que debe realizarse para no obtener ni pérdida ni ganancia, es decir, cubrir los costos totales. (Garcia, 2011, pág. 103)

Considerando el criterio de los dos autores, he analizado que el punto de equilibrio es el que determina hasta donde es posible que la empresa no obtenga utilidades ni sufra pérdidas.

2.2.4.3. Valor Actual Neto (VAN)

El valor presente neto es el método más conocido y el más aceptado. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetario que exceden a la rentabilidad deseada del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer periodo de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero. (Cordoba, 2013, pág. 236)

El valor presente neto es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. En termino concretos, el valor presente neto es la diferencia de los ingresos y los egresos en dólares de la misma fecha. (Meza, 2010, pág. 149)

Según el criterio de los dos autores, considero que si el VAN del proyecto es mayor a 0 se debe tomar la decisión para invertir ya que el proyecto será rentable .ya que demuestra la viabilidad.

2.2.4.4. Tasa interna de retorno (TIR)

Cuando se realiza una operación financiera, generalmente se cree que la tasa de interés obtenida (TIR) representa el rendimiento o costo sobre la inversión inicial. La TIR es la tasa de interés pagada sobre los saldos de dinero tomado en préstamos o la tasa de rendimiento ganada sobre el saldo no recuperado de la inversión. (Meza, 2010, pág. 176)

La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. (Cordoba, 2013, pág. 242)

Considerando el criterio de los dos autores, la TIR corresponde a aquella tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero (0).

2.3. FUNDAMENTACION LEGAL

2.3.1. Superintendencia de compañía

2.3.1.1. Requisitos para Formar una empresa en el Ecuador

Antes de detallar los diferentes requisitos y trámites que deben hacer las empresas en el Ecuador, debo precisar que la formación de una empresa se la realiza por medio de un contrato de compañía por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades y se rige por las disposiciones de la Ley de compañías, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

2.3.1.2. Hay cinco especies de compañías de comercio:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;

- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

La compañía anónima es la forma de sociedad más usada en el Ecuador y es la que detallaremos sus requisitos tanto como empresa, como así también para el tributario (SRI), relaciones laborales (IESS) manejo en la ciudad (municipales), y otros organismos como bomberos y Hospital Universitario.

2.3.1.3. Requisitos para una compañía anónima:

Importante:

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;

7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

SRI. Registro Único de Contribuyentes.- para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado

de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.

- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente
- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.
- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

IESS.- Para la emisión del un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- • Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado

Finalmente a nivel municipal se deberá efectuar:

2.3.1.4. Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

2.3.1.5. Patentes municipales

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

2.3.1.6. Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios.

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil.

1. Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación
2. Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
3. Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
4. Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
5. Copia del RUC actualizado.
6. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
7. Autorización a favor de quien realiza el trámite.
8. Croquis del lugar donde está ubicado el negocio

9. Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

2.3.1.7. Certificado de seguridad del benemérito cuerpo de bomberos

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y Número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.
3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local.

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria y son:

IMPUESTO A LA RENTA Sociedades 101 Anual

IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales 102 Anual

RETENCIONES EN LA FUENTE 103 Mensual Conforme el noveno dígito del RUC

IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas

Fuente de investigación.-

Ley de Compañías

Sitios internet:

- Superintendencia de Compañías.
- SRI
- IESS

CAPITULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

La investigación se la realizó en el Cantón El Empalme, geográficamente se encuentra ubicado al Noreste de la provincia del Guayas y sus límites son: Al Norte, Manabí; Sur, Estero Mancha de Mate; Este, Los Ríos; y Oeste, Manabí; sus moradores están dedicados a la agricultura y su producción es café, cacao, plátano, arroz, entre otros.

3.2. Métodos de la Investigación

En la investigación se empleó el método de análisis y síntesis; básicamente el descriptivo, buscando determinar operativamente las relaciones de las variables sobre elementos decorativos para el hogar.

3.3. Tipos de Investigación

La investigación fue descriptiva, explicativa, considerando que en un principio se analizó todo lo que respecta a la elaboración, comercialización de un novedoso producto en el Cantón El Empalme; elementos decorativos para el hogar. En la investigación se acudió a fuentes de información primaria y secundaria para conocer sobre las preferencias de los ciudadanos respecto al objetivo de este proyecto.

3.4. Técnicas e Instrumentos de la Investigación

Se aplicó la encuesta a la Población Económicamente Activa De El Empalme, para conocer su criterio sobre el establecimiento de una empresa que elabore elementos decorativos para el hogar, y se utilizó como instrumento el cuestionario de preguntas.

3.5. Fuentes de Información

Mediante el instrumento de recolección de datos se determinó la información sobre las variedades, las mismas que constarán de cuatro datos:

- La construcción de formatos para recabar la información que sirvió para organizar los datos recolectados.
- La codificación sirvió para representar estos datos en un formato de recopilación de datos de la forma más eficiente.
- La recolección en sí de los datos.
- Su asentamiento en el formato de recopilación de datos.

3.6. Población

Para determinar el universo se identificó a la Población Económicamente Activa del cantón 14890 habitantes.

3.7. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra fue necesario considerar el universo, a través de la muestra identificar a los compradores del producto elementos decorativos para el hogar.

n = tamaño de la muestra

U_0 = Universo (14.890 PEA del cantón El Empalme)

P = Probabilidad de que el evento ocurra (0.50)

q = Probabilidad de que el evento no ocurra (0.50)

Z = Nivel de confianza 1.96

d = error de diseño 0.05

$$n = \frac{U_o P Q Z^2}{(U_o - 1)(e)^2 + P Q Z^2}$$

$$n = \frac{14890(0,50)(0,50)(1,96)^2}{(14890 - 1)(0,05)^2 + (0,50)(0,50)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{14890(0,50)(0,50)(3,8416)}{14889(0,0025) + (0,50)(0,50)(3,8416)}$$

$$n = \frac{14300.36}{37.223 + 0,9604}$$

$$n = \frac{14300.36}{38.183} = 374 \rightarrow \textit{Encuestas}$$

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón El Empalme sobre una empresa de elementos decorativos para el hogar.

1. Sexo

Cuadro 1. Sexo: femenino – masculino

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Femenino	298	80%
Masculino	76	20%
Total	374	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autor

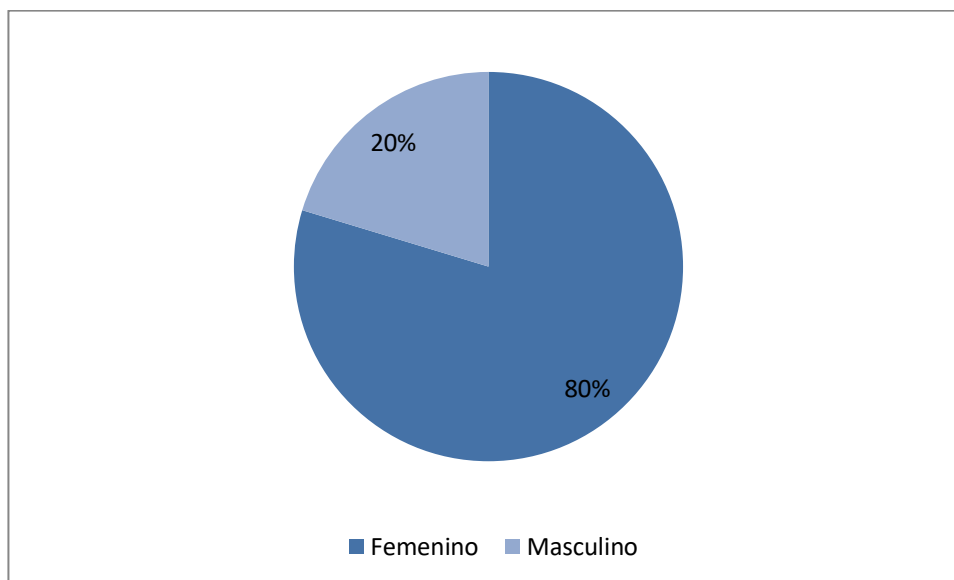


Gráfico 1. Sexo

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

En el gráfico podemos concluir que el 80% de los encuestados son de género femenino y el 20% de género masculino.

De acuerdo a los objetivos del proyecto se concluye que la mayoría de personas encuestadas son mujeres.

2. ¿Cuál es su edad?

Cuadro 2. Edad

Detalle	Cantidad	Porcentaje
20 a 30 años	33	9%
30 a 40 años	267	71%
40 años en adelante	74	20%
Total	374	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autor

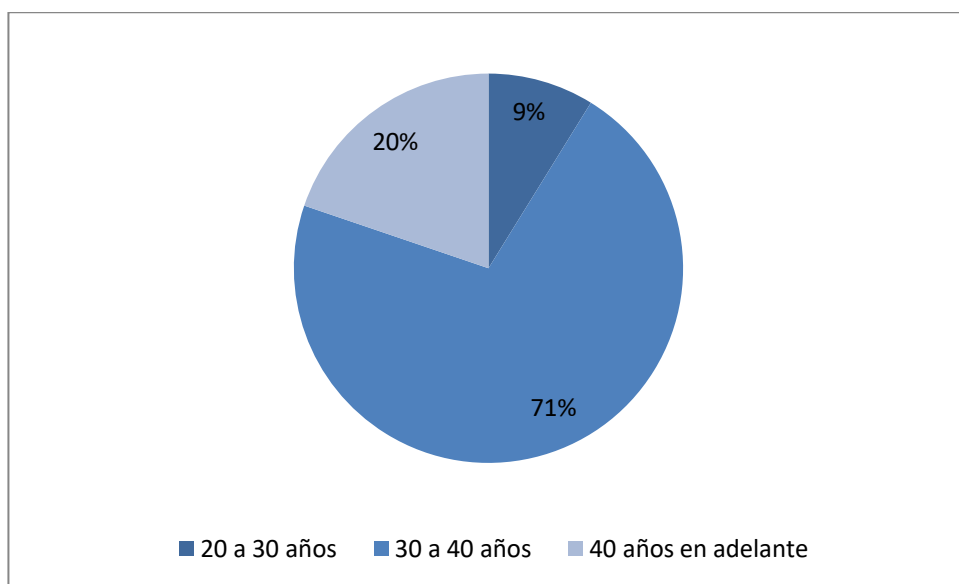


Gráfico 2. Edad

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Se puede descifrar que el 71% está comprendido en edades de 30 a 40 años, el 20% entre 40 años en adelante y el 9% de 20 a 30 años.

Se concluye que la mayoría de las personas se encuentran entre los 30 y 40 años de edad.

3. Ocupación

Cuadro 3. Ocupación

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Empleado	234	63%
Independiente	44	12%
Ama de casa	62	17%
Jubilado	34	9%
Total	374	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autor

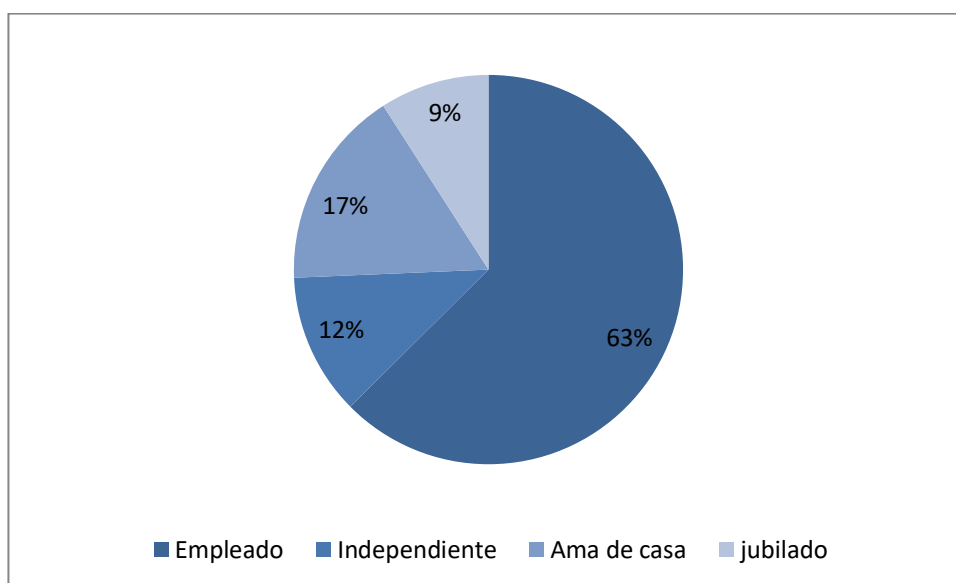


Gráfico 3. Ocupación

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Se concluye los siguientes resultados; el 63% tiene empleo, el 17% ama de casa, el 12% es para independiente en su actividad y 9% categoría de jubilados. La mayoría de las personas encuestadas gozan de un empleo, lo que se considera como una fortaleza para las ventas del producto.

4 ¿Cuál es su estrato socio-económico?

Cuadro 4. Nivel socio económico

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Bajo	84	22%
Medio	223	60%
Alto	67	18%
Total	374	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autor

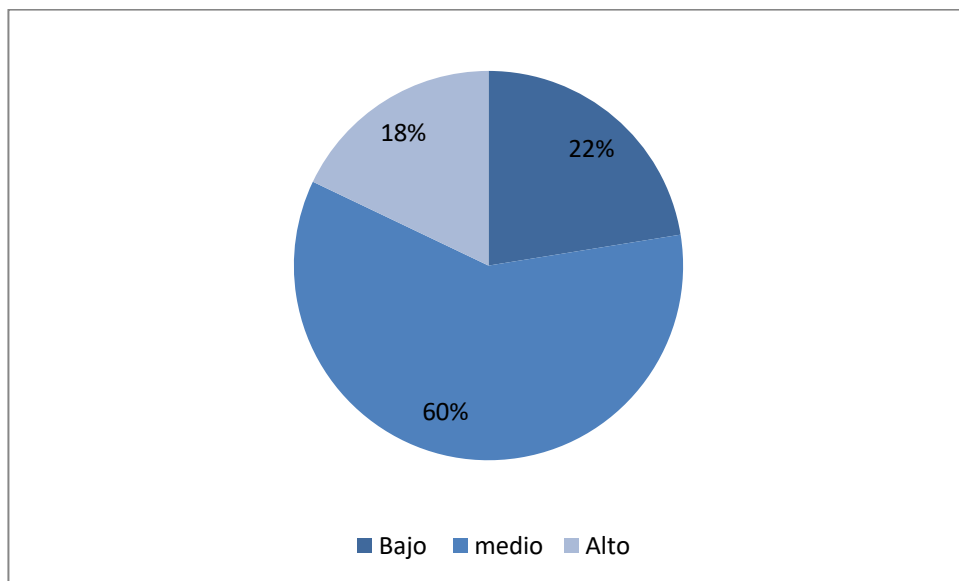


Gráfico 4. Nivel socio económico

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Se analiza los siguientes datos así; el 60% categoría medio, el 22% categoría bajo y el 18% categoría alto.

EL 60% de los encuestados se encuentran en un nivel socio económico medio con posibilidades de adquirir el producto.

5. ¿Compra usted artículos de decoración para su hogar?

Cuadro 5. ¿Compra usted artículos de decoración para su hogar?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	245	66%
No	129	34%
Total	374	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autor

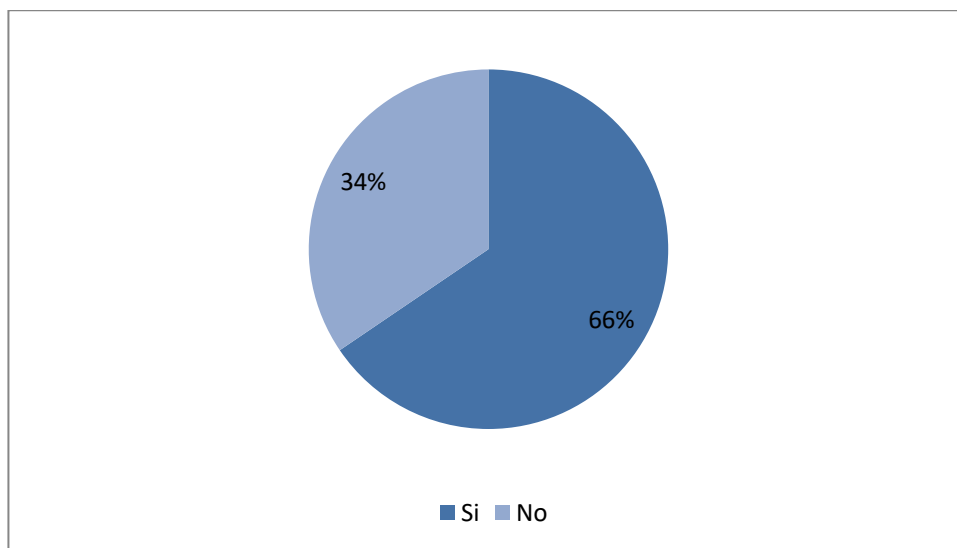


Gráfico 5. Adquiere artículos de decoración para su hogar

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Se detecta que el 66% adquiere estos productos para su hogar y el 34% no considera la compra de estos artículos.

De los resultados se concluye que la mayoría de las personas acostumbran a comprar elementos decorativos para el hogar lo que incrementa la demanda para la empresa.

6. ¿En dónde compra usted estos artículos?

Cuadro 6. ¿En dónde compra estos artículos?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Almacenes de cadena	188	50%
Lugares especializados	44	12%
Mercado informal	83	22%
Distribuidores	59	16%
Total	374	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autor

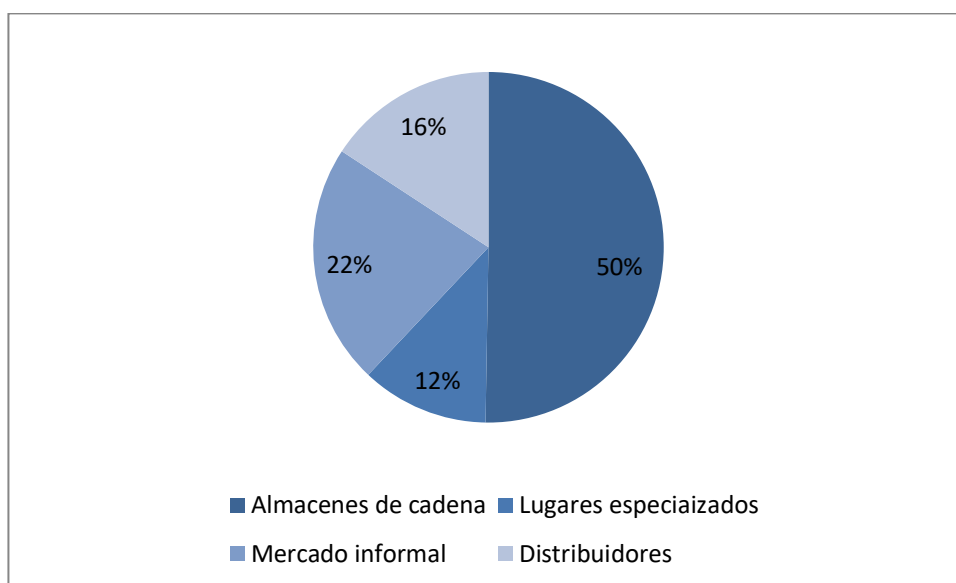


Gráfico 6. ¿En dónde compra estos artículos?

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Se manifiestan los siguientes análisis el 50% almacenes de cadena, el 22% es para el mercado informal, el 16% es para los distribuidores y el 12% lugares especializados.

La mayoría de los encuestados manifiestan tener preferencia de compra en almacenes de cadena.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por productos para decorar su hogar?

Cuadro 7. Cuanto pagaría por adquirir este producto

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$ 5 - \$ 10	49	13%
\$ 11 - \$ 20	128	34%
\$ 21 - \$ 30	134	36%
\$ 30 - \$ 50	63	17%
Total	374	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autor

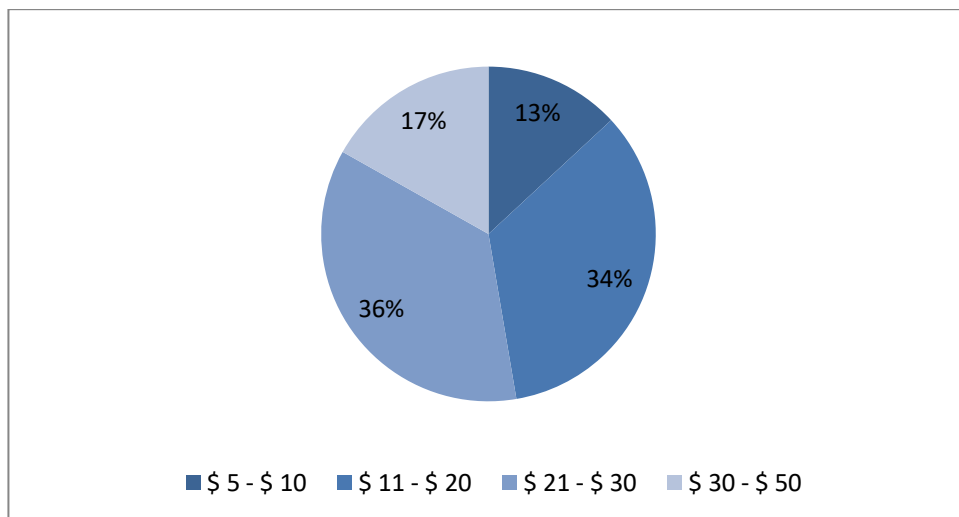


Gráfico 7. Cuánto pagaría por adquirir este producto

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Los encuestadores muestran los siguientes análisis; el 36% pagaría entre \$ 21 a \$ 30, el 34% está dado por \$ 11 a \$ 20, el 17% por \$ 30 a \$ 50 y el 13% está comprendido por \$ 5 a \$ 10.

De acuerdo a la pregunta la mayoría de los encuestados se inclinan por pagar entre 21 y 30 dólares por productos para decorar el hogar.

8. ¿En qué lugar de su hogar lo usaría? (escoja una o varias opciones)

Cuadro 8. En qué lugar lo usaría

Detalle	Cantidades	Porcentaje
Sala	82	22%
Comedor	45	12%
Cocina	31	8%
Alcobas	120	32%
Baños	62	17%
Todos los anteriores	34	9%
Total	374	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autor

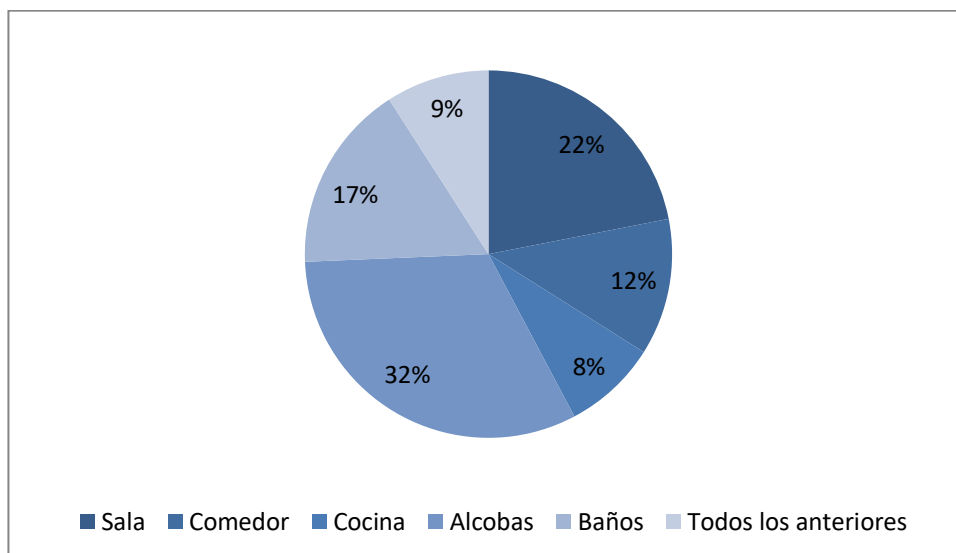


Gráfico 8. En qué lugar lo usaría

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Para detectar que lugar los encuestados acostumbran a decorar en su hogar nos manifiestan lo siguiente; el 32% la alcoba, el 22% la sala, el 17% los baños, el 12% el comedor, el 9% todos las anteriores y el 8% la cocina.

Se determina que los encuestados decoran su hogar siendo su alcoba el lugar preferido.

9. ¿Le haría alguna modificación a este producto?

Cuadro 9. ¿Le haría alguna modificación a este producto?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	80	21%
No	294	79%
Total	374	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autor

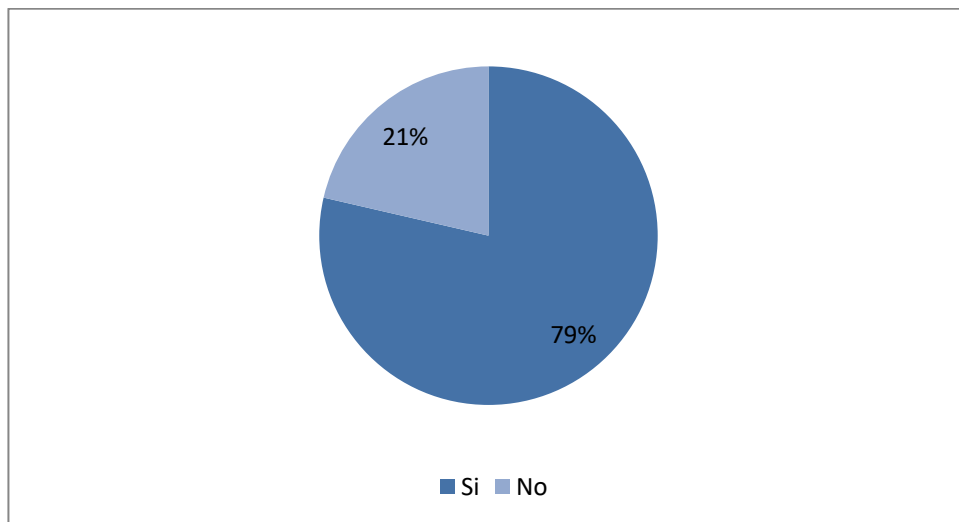


Grafico 9. ¿Le haría alguna modificación a este producto?

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

De las encuestas realizadas se determina que el 21% de los encuestados si le agradaría cambiar y al 79% no le agradaría que el productos sea modificado.

De los resultados se deduce que el producto es de buena calidad, considerando que una gran mayoría no le realizaría ninguna modificación

10. ¿Le agradaría que exista en El Empalme una empresa que elabore estos productos?

Cuadro 10. Le agradaría que exista en El Empalme una empresa que elabore estos productos.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	294	79%
No	80	21%
Total	374	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autor

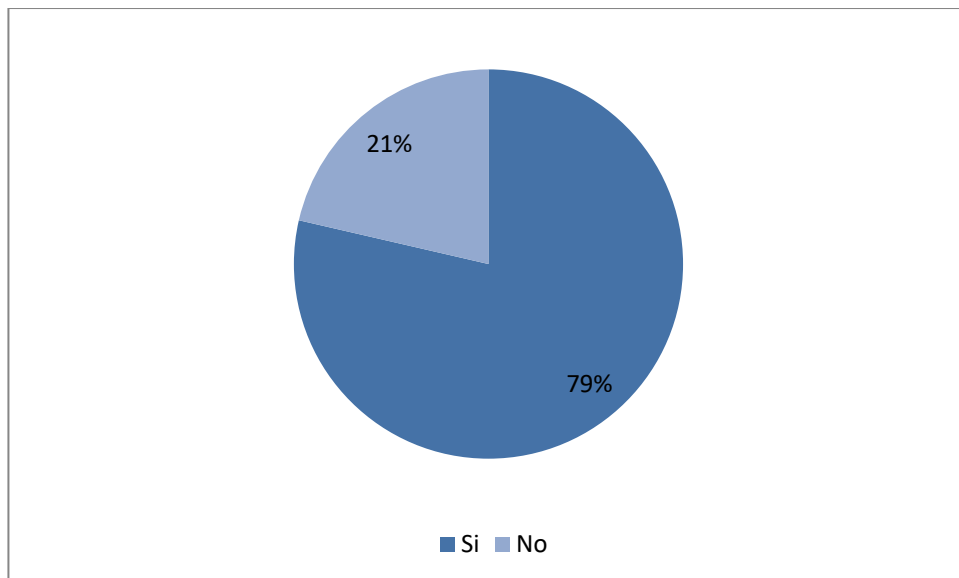


Gráfico 10. Le agradaría que exista en El Empalme una empresa que elabore estos productos.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Se obtuvo los siguientes resultados de esta encuesta, con un gran porcentaje del 79% si le agradaría tener una empresa con estos productos y el 21% no lo considera por ahora.

La mayoría de los encuestados se pronuncia de que debe existir una empresa en El Empalme que elabore productos decorativos para el hogar porque le evita asumir gastos de viajes a otras ciudades.

4.1.2. Estudio técnico

El estudio técnico en el presente proyecto permite determinar, la localización, el tamaño óptimo de la planta, maquinarias y equipos, analizando la disponibilidad de los servicios básicos, cercanías de materias primas, para los procesos operativos, además de la debida organización de la empresa.

4.1.2.1. Localización del proyecto

Dentro de los Factores que inciden en la solución óptima quizás el más importante es el relacionado con la localización debido a la influencia de esta en la producción y distribución tanto de materias prima como de los productos y servicios ofrecidos por el proyecto. (Prieto, 2012, pág. 103)

4.1.2.2. Tamaño del proyecto

La dimensión o tamaño de un proyecto se define como su capacidad de producción en un determinado periodo de tiempo de funcionamiento.

El tamaño del proyecto se puede dar en número de unidades producidas, valor total de la producción, número de personas ocupadas en su vida útil, valor de los activos totales, monto de la inversión, cantidad de maquinarias utilizadas, número de personas beneficiadas. (Prieto, 2012, pág. 101)

Cuadro 11. Indicando el Tamaño Óptimo.

Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad Utilizada del 10% del PEA familiar
2014	43692	4369
2015	44670	4467
2016	45671	4567
2017	46694	4669

Fuente: Resumen de cuadros anteriores

Elaborado por: Autor

4.1.2.3. Disponibilidad de recursos financieros

La microempresa “DECO-HOGAR”, debe analizar el medio de recursos financieros. Es imprescindible señalar que el 46%de la Inversión Inicial requerida, estará contribuida por la promotora de este proyecto, y la diferencia precisamente será financiada en condiciones y formas de pago favorables para el proyecto.

Cuadro 12. Indicando la disponibilidad de los recursos financiero para el proyecto por parte de la propietaria.

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO			
Inversión total	100%	\$	25.932,00
Financiado	70%	\$	18.152,40
Aportes propios	30%	\$	7.779,60

Fuente: Resumen de cuadros anteriores

Elaborado por: Autor

4.1.2.4. Mano de obra

Para la operación del proyecto se pretende de personas distribuidas entre mano de obra directa, mano de obra indirecta y personal administrativo.

Cuadro 13. Indicando mano de obra especializada para el proyecto.

	Gastos administrativos	Mensual	AÑO 1
1	Gerente de ventas	\$600,00	\$7.200,00
1	Secretaria/contadora	\$ 450,00	\$5.400,00
1	Administrador	\$ 500,00	\$6.000,00
1	Jefe de producción	\$ 550,00	\$ 6.600,00
4	Ayudante de producción	\$1.360,00	\$16.320,00
1	Guardia	\$ 390,00	\$ 4.680,00
1	Conserje	\$ 340,00	\$ 4.080,00
	Vacaciones	\$ 349,17	\$ 4.190,00
	Aporte patronal	\$ 467,19	\$ 5.606,22
	Décimo cuarto		\$ 3.400,00
	Décimo tercero		\$ 4.190,00
Total de gastos administrativos		\$5.006,35	\$67.666,22

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Para conocer el número de horas trabajadas en el año, se tomó en cuenta el número de días laborables multiplicado por ocho horas diarias que se laborara.

Determinación de horas trabajadas	240
Número de días laborables en el año	8
Total de horas laborables en el año	1920

4.1.2.5. Materia prima

El proyecto requiere disponer de un gran volumen de materia prima de productos como: fomix, tela, globos, espuma flex, cerámica, Madera, fibras vegetales, para utilizarlos en la elaboración de manualidades para las diferentes ocasiones tales como: cumpleaños, quinceañera, matrimonio y baby shower etc. La materia prima se comprará en Guayaquil por mayor, se conseguirán proveedores que entreguen en el material en el negocio.

4.1.2.6. Maquinaria y equipo para el proceso de elaboración del producto

Indicando las maquinarias y equipos utilizados para la elaboración de las manualidades las cuales se detallan a continuación

Cuadro 14. Maquinaria y equipo de la microempresa DOCO-HOGAR.

CANTIDAD	MAQUINAS Y EQUIPOS	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	Telar de Madera	593,00	\$ 593,00
1	Esmeril	142,00	\$ 142,00
1	Sierras	93,00	\$ 93,00
1	Tijeras Eléctricas	81,00	\$ 81,00
1	Reposición de Tijeras Eléctricas	350,00	\$ 350,00
1	Secadora	65,00	\$ 65,00
4	Máquina de Coser	156,00	\$ 624,00
1	Guillotina	55,00	\$ 55,00
1	Deshidratador	52,00	\$ 52,00
3	Podadora	115,00	\$ 345,00
	TOTAL DE MAQUINAS Y EQUIPOS		\$ 2.400,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Autor

4.1.2.7. Equipos de computación

Indicando los equipos necesarios a utilizar por parte de la administración los cuales se detallan a continuación

Cuadro 15. Equipos de computación para DOCO-HOGAR.

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTO	VALOR UNITARIO	TOTAL
2	Computadora	670	\$ 1.340,00
2	Impresora multifunción	150	\$ 300,00
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO			\$ 1.640,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

4.1.2.8. Equipos de oficina

Equipos de oficina necesarios a utilizar por parte de la administración los cuales se detallan a continuación.

Cuadro 16. Equipos de oficina para la microempresa DOCO-HOGAR.

CANTIDAD	DESCRIPCION	C/U	TOTAL
2	Aire acondicionado split 24000 btu	780	\$ 1.560,00
1	Caja registradora	830	\$ 830,00
2	Teléfono	140	\$ 280,00
TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA			\$ 2.670,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

4.1.2.9. Muebles y enseres

Cuadro 17. Muebles y enseres de la microempresa DOCO-HOGAR.

CANTIDAD	DESCRIPCION	C/U	TOTAL
	<u>Muebles y Enseres</u>		
2	Silla para espera tri personal	280	\$ 560,00
1	Archivador aéreo	110	\$ 110,00
1	Mueble de recepción	780	\$ 780,00
1	Silla giratoria con brazos	120	\$ 120,00
4	Silla individual plástica	47	\$ 188,00
1	Televisor Plasma de 32"	449	\$ 449,00
1	Microcomponente	155	\$ 155,00
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES			\$ 2.362,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

4.1.3. ESTUDIO FINANCIERO

Cuadro 18. Destalles de Activos

CANTIDAD	DESCRIPCION	C/U	TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
2	Silla para espera tri personal	280	\$ 560,00
1	Archivador aéreo	110	\$ 110,00
1	Mueble de recepción	780	\$ 780,00
1	Silla giratoria con brazos	120	\$ 120,00
4	Silla individual plástica	47	\$ 188,00
1	Televisor Plasma de 32"	449	\$ 449,00
1	Microcomponente	155	\$ 155,00
	TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES		\$ 2.362,00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
2	Aire acondicionado split 24000 btu	780	\$ 1.560,00
1	Caja registradora	830	\$ 830,00
2	Teléfono	140	\$ 280,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA		\$ 2.670,00
	<u>EQUIPOS DE COMPUTO</u>		
2	computadora	670	\$ 1.340,00
2	impresora multifunción	150	\$ 300,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO		\$ 1.640,00
	<u>MAQUINAS Y EQUIPOS</u>		
1	Telar de Madera	593,00	\$ 593,00
1	Esmeril	142,00	\$ 142,00
1	Sierras	93,00	\$ 93,00
1	Tijeras Eléctricas	81,00	\$ 81,00
1	Reposición de Tijeras Eléctricas	350,00	\$ 350,00
1	Secadora	65,00	\$ 65,00
4	Máquina de Coser	156,00	\$ 624,00
1	Guillotina	55,00	\$ 55,00
1	Deshidratador	52,00	\$ 52,00
3	Podadora	115,00	\$ 345,00
	TOTAL DE MAQUINAS Y EQUIPOS		\$ 2.400,00
	<u>IMPUESTOS</u>		
1	Cuerpo de Bomberos	25,00	\$ 25,00
1	Ruc Factureros	10,00	\$ 10,00
1	Ministerio de Salud Publica	25,00	\$ 25,00
1	Patente Municipal	50,00	\$ 50,00
	TOTAL DE IMPUESTO		\$ 110,00
	<u>Alquiler</u>		
1	Tres meses de Garantía	600,00	\$ 600,00

	TOTAL DE EDIFICIO		\$ 600,00
	GASTOS DE ADECUACION		
1	Pintura de paredes	400,00	\$ 400,00
1	Mano de obra	350,00	\$ 350,00
1	Conexiones de electricidad	400,00	\$ 400,00
	TOTAL GASTOS DE ADECUACION		\$ 1.150,00
	TOTAL DE ACTIVOS		\$ 10.932,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 19. Depreciación

Depreciación				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
Muebles y enseres	2.362,00	10%	19,68	236,20
Equipos de oficina	2.670,00	10%	22,25	267,00
Equipos de computo	1.640,00	33,33%	45,55	546,61
Máquinas y equipos	2.400,00	10%	20,00	240,00
Total de depreciación			107,48	1289,81

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 20. Calculo del Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
	Año 1
Costo de venta	\$ 241.329,00
Gastos administrativo	\$ 67.666,22
Cao	\$ 308.995,22
Ciclo efectivo en días	20 Días
Capital de trabajo	\$ 17.166,40

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 21. Inversión del proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
Equipos de computo	\$ 1.640,00
Muebles y enseres	\$ 2.362,00
Maquinarias y equipos	\$ 2.400,00
Impuestos	\$ 110,00
Alquiler	\$ 600,00
Gastos de adecuación	\$ 1.150,00
Equipos de oficina	\$ 2.670,00
Capital de trabajo	\$ 17.166,40
Total de la inversión	\$ 28.098,40

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 22. Financiamiento del proyecto

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
Inversión total	100%	\$ 28.098,40
Financiado	70%	\$ 19.668,88
Aportes propios	30%	\$ 8.429,52

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 23. Tasa de interés bancario

TASA	
TASA ANUAL DE INTERES PRÉSTAMO	14.00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 24. Cuotas mensuales por préstamo bancario

Importe	VP=	\$ 19.668,88
Cantidad de Cuotas	n =	60
tasa de interés anual	i =	14,00%
periodos en el año	m =	12,00
Interés Mensual		0,0117
Cuota de Pago o Anualidad	C/P =	\$ 327,81

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 25. Gastos administrativos

DETALLES DE GASTOS							
	Gastos administrativos	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente de ventas	\$600,00	\$7.200,00	\$7.560,00	\$ 7.938,00	\$8.334,90	\$ 8.751,65
1	Secretaria/contadora	\$ 450,00	\$5.400,00	\$5.670,00	\$ 5.953,50	\$ 6.251,18	\$ 6.563,73
1	Administrador	\$ 500,00	\$6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$6.945,75	\$ 7.293,04
1	Jefe de producción	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 6.930,00	\$ 7.276,50	\$ 7.640,33	\$8.022,34
4	Ayudante de producción	\$1.360,00	\$16.320,00	\$17.136,00	\$17.992,80	\$ 18.892,44	\$19.837,06
1	Guardia	\$ 390,00	\$ 4.680,00	\$ 4.914,00	\$5.159,70	\$ 5.417,69	\$5.688,57
1	Conserje	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 4.284,00	\$4.498,20	\$4.723,11	\$ 4.959,27
	Vacaciones	\$ 349,17	\$ 4.190,00	\$ 4.399,50	\$4.619,48	\$ 4.850,45	\$5.092,97
	Aporte patronal	\$ 467,19	\$ 5.606,22	\$ 5.886,53	\$ 6.180,86	\$6.489,90	\$6.814,40
	Décimo cuarto		\$ 3.400,00	\$ 3.570,00	\$3.748,50	\$3.935,93	\$ 4.132,72
	Décimo tercero		\$ 4.190,00	\$ 4.399,50	\$ 4.619,48	\$4.850,45	\$5.092,97
Total de gastos administrativos		\$5.006,35	\$67.666,22	\$71.049,53	\$74.602,01	\$ 78.332,11	\$82.248,71

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 26. Gastos de ventas

GASTOS GENERALES	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
Energía eléctrica	\$ 250,00	\$3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$3.646,52
Teléfono	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$1.458,61
Alquiler de local	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.646,00	\$ 2.778,30	\$2.917,22
Útiles de oficina	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
Gas	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
Materiales de limpieza	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$1.458,61
Depreciación muebles y enseres	\$ 19,68	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20	\$ 236,20
Depreciación de equipo de computación	\$ 45,55	\$ 546,61	\$ 546,61	\$ 546,61	\$ -	\$ -
Depreciación de equipo de oficina	\$ 22,25	\$ 267,00	\$ 267,00	\$ 267,00	\$ 267,00	\$ 267,00
Depreciación de maquinarias y equipos	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Total de gastos generales	\$ 902,48	\$ 10.829,81	\$ 11.306,81	\$ 11.807,66	\$ 11.786,94	\$12.339,13

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 27. Gastos de ventas

Gastos de ventas	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Transporte	\$ 120,00	\$1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$1.750,33
Publicidad	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$2.187,91
Total gastos de ventas	\$ 270,00	\$ 3.240,00	\$ 3.402,00	\$ 3.572,10	\$ 3.750,71	\$3.938,24

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 28. Costos de ventas

DETALLE DE COSTO DE VENTA									
DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID. MED.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Guarda Ropas	25	Unidad	\$ 280,00	\$ 7.000,00	\$ 84.000,00	\$ 88.200,00	\$ 92.610,00	\$ 97.240,50	\$ 102.102,53
Cajoneras	15	Unidad	\$ 90,00	\$ 1.350,00	\$ 16.200,00	\$ 17.010,00	\$ 17.860,50	\$ 18.753,53	\$ 19.691,20
Esculturas Pequeñas	35	Unidad	\$ 50,00	\$ 1.750,00	\$ 21.000,00	\$ 22.050,00	\$ 23.152,50	\$ 24.310,13	\$ 25.525,63
Esculturas Medianas	25	Unidad	\$ 95,00	\$ 2.375,00	\$ 28.500,00	\$ 29.925,00	\$ 31.421,25	\$ 32.992,31	\$ 34.641,93
Escultura Grandes	12	Unidad	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00	\$ 22.680,00	\$ 23.814,00	\$ 25.004,70	\$ 26.254,94
Floreros	25	Unidad	\$ 25,00	\$ 625,00	\$ 7.500,00	\$ 7.875,00	\$ 8.268,75	\$ 8.682,19	\$ 9.116,30
cojines	40	Unidad	\$ 15,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 7.560,00	\$ 7.938,00	\$ 8.334,90	\$ 8.751,65
Espejos	40	Unidad	\$ 65,00	\$ 2.600,00	\$ 31.200,00	\$ 32.760,00	\$ 34.398,00	\$ 36.117,90	\$ 37.923,80
Plantas Artificiales	35	Unidad	\$ 30,00	\$ 1.050,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00	\$ 13.891,50	\$ 14.586,08	\$ 15.315,38
Piletas Pequeñas	35	Unidad	\$ 28,00	\$ 980,00	\$ 11.760,00	\$ 12.348,00	\$ 12.965,40	\$ 13.613,67	\$ 14.294,35
Piletas Medianas	35	Unidad	\$ 80,00	\$ 2.800,00	\$ 33.600,00	\$ 35.280,00	\$ 37.044,00	\$ 38.896,20	\$ 40.841,01
Pilitas Grande	20	Unidad	\$ 120,00	\$ 2.400,00	\$ 28.800,00	\$ 30.240,00	\$ 31.752,00	\$ 33.339,60	\$ 35.006,58
Cuadros Medianos	30	Unidad	\$ 18,00	\$ 540,00	\$ 6.480,00	\$ 6.804,00	\$ 7.144,20	\$ 7.501,41	\$ 7.876,48
Cuadros Grandes	20	Unidad	\$ 22,00	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 5.544,00	\$ 5.821,20	\$ 6.112,26	\$ 6.417,87
Floreros Medianos de Fibras Vegetales	30	Unidad	\$ 7,50	\$ 225,00	\$ 2.700,00	\$ 2.835,00	\$ 2.976,75	\$ 3.125,59	\$ 3.281,87
Floreros Grandes de Fibras Vegetales	30	Unidad	\$ 8,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 3.024,00	\$ 3.175,20	\$ 3.333,96	\$ 3.500,66
Floreros Medianos de Ceramica	30	Unidad	\$ 7,00	\$ 210,00	\$ 2.520,00	\$ 2.646,00	\$ 2.778,30	\$ 2.917,22	\$ 3.063,08
Floreros Grandes de Ceramica	30	Unidad	\$ 9,00	\$ 270,00	\$ 3.240,00	\$ 3.402,00	\$ 3.572,10	\$ 3.750,71	\$ 3.938,24
Tapetes Pequeños	20	Unidad	\$ 4,00	\$ 80,00	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
Tapetes Medianos	20	Unidad	\$ 6,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Colgantes para Lamparas	60	Unidad	\$ 5,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
Lamparas Pequeñas	60	Unidad	\$ 6,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 4.536,00	\$ 4.762,80	\$ 5.000,94	\$ 5.250,99
Masetas	45	Unidad	\$ 7,00	\$ 315,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82	\$ 4.594,61
Piedra decorativas	45	Unidad	\$ 8,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 4.536,00	\$ 4.762,80	\$ 5.000,94	\$ 5.250,99
Pinturas	45	Unidad	\$ 9,00	\$ 405,00	\$ 4.860,00	\$ 5.103,00	\$ 5.358,15	\$ 5.626,06	\$ 5.907,36
Esferas decorativas pequeñas	45	Unidad	\$ 10,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 5.670,00	\$ 5.953,50	\$ 6.251,18	\$ 6.563,73
Esferas decorativas medianas	30	Unidad	\$ 11,00	\$ 330,00	\$ 3.960,00	\$ 4.158,00	\$ 4.365,90	\$ 4.584,20	\$ 4.813,40
Esferas decorativas grandes	30	Unidad	\$ 12,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 4.536,00	\$ 4.762,80	\$ 5.000,94	\$ 5.250,99
Juego de Muebles	15	Unidad	\$ 13,00	\$ 195,00	\$ 2.340,00	\$ 2.457,00	\$ 2.579,85	\$ 2.708,84	\$ 2.844,28
Juego de Cama	20	Unidad	\$ 14,00	\$ 280,00	\$ 3.360,00	\$ 3.528,00	\$ 3.704,40	\$ 3.889,62	\$ 4.084,10
Juego de Comedor	20	Unidad	\$ 15,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
Lamparas Grandes	25	Unidad	\$ 16,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43
Alfombras Pequeñas	20	Unidad	\$ 12,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 3.024,00	\$ 3.175,20	\$ 3.333,96	\$ 3.500,66
Alfombras Medianas	20	Unidad	\$ 18,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 4.536,00	\$ 4.762,80	\$ 5.000,94	\$ 5.250,99
Alfombras Grandes	20	Unidad	\$ 22,00	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 5.544,00	\$ 5.821,20	\$ 6.112,26	\$ 6.417,87
Imprevisto 10%					\$ 39.060,00	\$ 41.013,00	\$ 43.063,65	\$ 45.216,83	\$ 47.477,67
	1052				\$ 429.660,00	\$ 451.143,00	\$ 473.700,15	\$ 497.385,16	\$ 522.254,42

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Autor

Cuadro 29. Ingresos de ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS									
DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID. MED.	PVP	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Guarda Ropas	25	Unidad	\$ 307,73	7.693,20	\$ 92.318,41	\$ 96.934,33	\$ 101.781,04	\$ 106.870,10	\$ 112.213,60
Cajoneras	15	Unidad	\$ 110,91	1.663,68	\$ 19.964,18	\$ 20.962,39	\$ 22.010,51	\$ 23.111,03	\$ 24.266,58
Esculturas Pequeñas	35	Unidad	\$ 83,65	2.927,70	\$ 35.132,34	\$ 36.888,96	\$ 38.733,41	\$ 40.670,08	\$ 42.703,58
Floreros	25	Unidad	\$ 134,59	3.364,84	\$ 40.378,12	\$ 42.397,02	\$ 44.516,87	\$ 46.742,72	\$ 49.079,85
cojines	40	Unidad	\$ 158,37	6.335,00	\$ 76.019,94	\$ 79.820,94	\$ 83.811,99	\$ 88.002,59	\$ 92.402,72
Espejos	40	Unidad	\$ 33,50	1.339,98	\$ 16.079,77	\$ 16.883,76	\$ 17.727,95	\$ 18.614,34	\$ 19.545,06
Plantas Artificiales	35	Unidad	\$ 34,00	1.189,93	\$ 14.279,19	\$ 14.993,15	\$ 15.742,81	\$ 16.529,95	\$ 17.356,45
Piletas Pequeñas	35	Unidad	\$ 75,99	2.659,73	\$ 31.916,77	\$ 33.512,61	\$ 35.188,24	\$ 36.947,65	\$ 38.795,04
Piletas Medianas	35	Unidad	\$ 43,97	1.538,92	\$ 18.467,09	\$ 19.390,44	\$ 20.359,97	\$ 21.377,97	\$ 22.446,86
Pilitas Grande	20	Unidad	\$ 55,88	1.117,54	\$ 13.410,49	\$ 14.081,02	\$ 14.785,07	\$ 15.524,32	\$ 16.300,54
Cuadros Medianos	30	Unidad	\$ 111,51	3.345,25	\$ 40.142,96	\$ 42.150,10	\$ 44.257,61	\$ 46.470,49	\$ 48.794,01
Cuadros Grandes	20	Unidad	\$ 126,03	2.520,66	\$ 30.247,88	\$ 31.760,27	\$ 33.348,29	\$ 35.015,70	\$ 36.766,49
Floreros Medianos de Fibras Vegetales	30	Unidad	\$ 24,13	723,94	\$ 8.687,28	\$ 9.121,64	\$ 9.577,73	\$ 10.056,61	\$ 10.559,44
Floreros Grandes de Fibras Vegetales	30	Unidad	\$ 24,53	735,76	\$ 8.829,12	\$ 9.270,58	\$ 9.734,11	\$ 10.220,81	\$ 10.731,85
Floreros Medianos de Ceramica	30	Unidad	\$ 10,10	303,04	\$ 3.636,48	\$ 3.818,31	\$ 4.009,22	\$ 4.209,69	\$ 4.420,17
Floreros Grandes de Ceramica	30	Unidad	\$ 10,41	312,16	\$ 3.745,94	\$ 3.933,23	\$ 4.129,90	\$ 4.336,39	\$ 4.553,21
Tapetes Pequeños	20	Unidad	\$ 9,62	192,43	\$ 2.309,17	\$ 2.424,62	\$ 2.545,86	\$ 2.673,15	\$ 2.806,81
Tapetes Medianos	20	Unidad	\$ 10,49	209,72	\$ 2.516,67	\$ 2.642,50	\$ 2.774,62	\$ 2.913,36	\$ 3.059,02
Colgantes para Lámparas	60	Unidad	\$ 5,94	356,67	\$ 4.280,00	\$ 4.494,00	\$ 4.718,70	\$ 4.954,63	\$ 5.202,37
Lámparas Pequeñas	60	Unidad	\$ 7,78	466,67	\$ 5.600,00	\$ 5.880,00	\$ 6.174,00	\$ 6.482,70	\$ 6.806,83
Masetas	45	Unidad	\$ 7,11	320,00	\$ 3.840,00	\$ 4.032,00	\$ 4.233,60	\$ 4.445,28	\$ 4.667,54
Piedra decorativas	45	Unidad	\$ 8,44	380,00	\$ 4.560,00	\$ 4.788,00	\$ 5.027,40	\$ 5.278,77	\$ 5.542,71
Pinturas	45	Unidad	\$ 9,78	440,00	\$ 5.279,99	\$ 5.543,99	\$ 5.821,19	\$ 6.112,25	\$ 6.417,87
Esferas decorativas pequeñas	45	Unidad	\$ 11,11	500,00	\$ 5.999,98	\$ 6.299,98	\$ 6.614,97	\$ 6.945,72	\$ 7.293,01
Esferas decorativas medianas	30	Unidad	\$ 12,44	373,33	\$ 4.479,94	\$ 4.703,94	\$ 4.939,13	\$ 5.186,09	\$ 5.445,39
Esferas decorativas grandes	30	Unidad	\$ 13,78	413,31	\$ 4.959,76	\$ 5.207,74	\$ 5.468,13	\$ 5.741,54	\$ 6.028,61
Juego de Muebles	15	Unidad	\$ 15,11	226,63	\$ 2.719,51	\$ 2.855,49	\$ 2.998,26	\$ 3.148,17	\$ 3.305,58
Juego de Cama	20	Unidad	\$ 16,43	328,67	\$ 3.944,06	\$ 4.141,27	\$ 4.348,33	\$ 4.565,75	\$ 4.794,03
Juego de Comedor	20	Unidad	\$ 17,73	354,69	\$ 4.256,25	\$ 4.469,06	\$ 4.692,52	\$ 4.927,14	\$ 5.173,50
Lámparas Grandes	25	Unidad	\$ 18,94	473,44	\$ 5.681,25	\$ 5.965,31	\$ 6.263,58	\$ 6.576,76	\$ 6.905,59
Alfombras Pequeñas	20	Unidad	\$ 19,75	395,00	\$ 4.740,00	\$ 4.977,00	\$ 5.225,85	\$ 5.487,14	\$ 5.761,50
Alfombras Medianas	20	Unidad	\$ 19,00	380,00	\$ 4.560,00	\$ 4.788,00	\$ 5.027,40	\$ 5.278,77	\$ 5.542,71
Alfombras Grandes	20	Unidad	\$ 12,00	240,00	\$ 2.880,00	\$ 3.024,00	\$ 3.175,20	\$ 3.333,96	\$ 3.500,66
TOTAL DE INGRESOS				43.821,88	\$ 525.862,53	\$ 552.155,66	\$ 579.763,44	\$ 608.751,62	\$ 639.189,20

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 30. Flujo de Caja Proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operativos						
Ventas		\$ 335.231,24	\$ 351.992,80	\$ 369.592,44	\$ 388.072,07	\$ 407.475,67
Total ingresos operativos		\$ 335.231,24	\$ 351.992,80	\$ 369.592,44	\$ 388.072,07	\$ 407.475,67
Egresos operativos						
Inversión inicial	\$ 28.098,40					
Gasto de administrativos		\$ 67.666,22	\$ 71.049,53	\$ 74.602,01	\$ 78.332,11	\$ 82.248,71
Gasto de ventas		\$ 3.240,00	\$ 3.402,00	\$ 3.572,10	\$ 3.750,71	\$ 3.938,24
Gastos generales		\$ 9.540,00	\$ 10.017,00	\$ 10.517,85	\$ 11.043,74	\$ 11.595,93
Costos de ventas		\$ 241.329,00	\$ 253.395,45	\$ 266.065,22	\$ 279.368,48	\$ 293.336,91
Pago particip. Empleados		\$ 1.449,75	\$ 1.633,28	\$ 1.821,85	\$ 2.097,72	\$ 2.297,15
Pago del impuesto a la renta		\$ 2.053,81	\$ 2.313,81	\$ 2.580,96	\$ 2.971,77	\$ 3.254,30
Total de egresos operativos	\$ 28.098,40	\$ 325.278,78	\$341.811,07	\$ 359.159,99	\$377.564,52	\$396.671,25
Flujo operativo	-\$ 28.098,40	\$ 9.952,46	\$ 10.181,74	\$ 10.432,45	\$ 10.507,54	\$ 10.804,42
Ingresos no operativos						
Préstamo bancario	\$ 19.668,88					
Total ing. No operativos	\$ 19.668,88					
Egresos no operativos						
Inversiones						
Pago de capital		\$ 3.933,78	\$ 3.933,78	\$ 3.933,78	\$ 3.933,78	\$ 3.933,78
Pago de intereses		\$ 2.501,23	\$ 1.950,50	\$ 1.399,77	\$ 849,04	\$ 298,31
Total egresos no operativos	\$ -	\$ 6.435,00	\$ 5.884,27	\$ 5.333,54	\$ 4.782,82	\$ 4.232,09
Flujo neto no operativo	\$ 19.668,88	-\$ 6.435,00	-\$ 5.884,27	-\$ 5.333,54	-\$ 4.782,82	-\$ 4.232,09
Flujo neto	-\$ 8.429,52	\$ 3.517,46	\$ 4.297,46	\$ 5.098,91	\$ 5.724,73	\$ 6.572,33
Saldo inicial	\$ 17.166,40	\$ 17.166,40	\$ 20.683,86	\$ 24.981,33	\$ 30.080,24	\$ 35.804,96
Flujo acumulado	\$ 17.166,40	\$ 20.683,86	\$ 24.981,33	\$ 30.080,24	\$ 35.804,96	\$ 42.377,29

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 31. Evaluación financiera

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-\$ 28.098,40	\$ 9.952,46	\$ 10.181,74	\$10.432,45	\$10.507,54	\$ 10.804,42
Flujos descontados y traídos a valor Presente	-\$ 28.098,40	\$ 8.389,50	\$ 7.234,90	\$ 6.248,89	\$ 5.305,46	\$ 4.598,63

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Cuadro 32. Tasa de descuento

Riego País	3,16
Inflación	4,15
Trbce	11,32
TMAR	18,63

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autor

Cuadro 33. Van, Costo Beneficio y Tir

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		31.777,39
VAN	POSITIVO	3.678,99
COSTO BENEFICIO	MAYOR A 1	1,13
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	763,75
TASA INTERNA DE RETORNO		24,25%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Las encuestas, demuestran que el 66% está dispuesto a comprar elementos decorativos para el hogar en una microempresa en este servicio.

El estudio técnico concluye determinando que existe la infraestructura, la tecnología, mano de obra y materia prima, necesaria para llevar adelante el proceso productivo de la planta.

El análisis económico _ financiero reveló que el proyecto es ventajoso, al obtener una tasa interna de retorno del 37.03% y un VAN de \$13.361,56 lo que demuestra que el proyecto es financieramente viable.

5.2. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones, y desde el punto de vista del mercado se recomienda llevar a cabo el proyecto considerando la demanda potencial insatisfecha del producto objetivo de esta investigación.

Se recomienda que a corto plazo duplicar la producción sin inversión preliminar considerando las instalaciones existentes.

Se recomienda elevar la producción, lo que permitiría a corto plazo mejorar la rentabilidad económica del inversionista y de acuerdo a las condiciones del mercado.

Se recomienda ejecutar el proyecto en base a los indicadores financieros obtenidos.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFIA

5.3. Bibliografía

Baca, G. (2010). Evaluacion de Proyectos. Mexico, D.F.: McGraw-Hill.

Cordoba, M. (2013). Formulacion y Evaluacion de Proyectos. Bogota: Ecoe Ediciones.

Flores, J. (2012). Plan de Negocio. Colombia: Ediciones de la U.

Garcia, G. (2011). Guia para crear y desarrollar su propia empresa. Quito-Ecuador: Editorial Ecuador.

Graham, F. (2008). Como diseñar un Plan de Negocios. Peru: El comercio S.A.

Marin, Q. (2012). Como Hacer un Plan de Marketing. Quito: El comercio.

Meza, J. (2010). Evaluacion Financiera de Proyectos. Bogota: Linotipia Bolivar S. en C.

Miranda, J. (2012). Gestion de Proyectos. Bogota: MM editores.

Morales, A. (2009). Proyectos de Inversion. Mexico D,F.: McGraw-Hill.

Prieto, J. (2012). Proyectos Enfoque Gerenciales. Colombia: Ecoe Ediciones.

Sapag, N. (2007). Proyectos de Inversion. Mexico: Pearson.

Van Den, E. (2012). Gestion y Gerencia Empresariales. Bogota- Colombia: Ecoe Ediciones.

CAPÍTULO VII

ANEXOS



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Encuesta para el estudio de mercado para la creación de empresa productora de elementos decoración del hogar la información obtenida será para la elaboración de mi tesis de grado.

1. Sexo Femenino ____ Masculino ____

2. ¿Cuál es su edad?

- ____ 20 a 30 años
____ 30 a 40 años
____ 40 años en adelante

3. Ocupación

Empleado ____ Independiente ____ Ama de Casa ____ Jubilado o pensionado ____

4. ¿Cuál es su estrato socio económico

Bajo ____ Medio ____ Alto ____

5. ¿Compra usted artículos de decoración para su hogar?

____ SI (continuar con pregunta 6) ____ NO (continuar con pregunta 7)

6. ¿En dónde compra usted estos artículos?

Almacenes de Cadena ____ Lugares Especializados ____
Mercado Informal ____ Distribuidores ____

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirirlo?

\$ 5 - \$ 10

\$ 11 - \$ 20

\$ 21 - \$ 30

\$ 30 - \$ 50

8. ¿En qué lugar de su hogar lo usaría? (Escoja una o varias opciones)

Sala ____ Comedor ____ Cocina ____

Alcobas ____ Baño ____ Todos los anteriores ____

9. ¿Le haría alguna modificación a este producto?

SI ____ NO ____ ¿Cuál? _____

10. Le agradecería que exista en El Empalme un empresa que elabore productos decorativos para el hogar (manteles, toallas, cuadros)

si ____ No ____